

VIDEOJUEGOS: interacciones reales en el mundo virtual

Se trata de pasearnos por el tema del juego desde la perspectiva del uso del tiempo libre, para llegar a la introducción de lo digital para dar origen y sentido a una nueva categoría del juego que no es más que manipular imágenes en una pantalla y originar así un videojuego que pasa a ser un juego electrónico. Pero el texto no se queda con plantear el videojuego actual, sino que se adentra en darnos algunas pistas sobre lo que será el videojuego en un futuro de convergencia.

■ ANGELA DE CASTRO

El primer videojuego fue creado hace más de cuarenta años, pero los videojuegos solo han sido objetos de estudio en la última década. Su impacto en la comunicación contemporánea muchas veces es subvalorado por su carácter que, a simple vista, es exclusivamente lúdico. Los mitos más populares que rodean a los videojuegos han sido desacreditados en los últimos años, pero aún hay muchos escépticos que ven a los videojuegos como pasatiempos o que creen que la sobreexposición a los mismos tiene efectos negativos. Al igual que la ludología, actualmente existen comunidades, carreras universitarias y teóricos dedicados exclusivamente al estudio de los videojuegos, a encontrar maneras de desestigmatizar y reivindicarlos como una forma de expresión no solo representativa de la cultura actual, sino como el medio con la mayor capacidad de adaptarse a la condición digital de la comunicación del siglo XXI.

En su libro *Los juegos y los hombres*, Roger Caillois explica que los juegos son un gasto de tiempo, esfuerzo e ingenio, pero son actividades voluntarias y libres, fundamentales para el desarrollo de cualquier civilización (p.31). Ahora bien, tratar de explicar los videojuegos a través de las teorías de Caillois no es tan fácil. Un videojuego es un juego electrónico o digital que se juega manipulando imágenes en una pantalla.

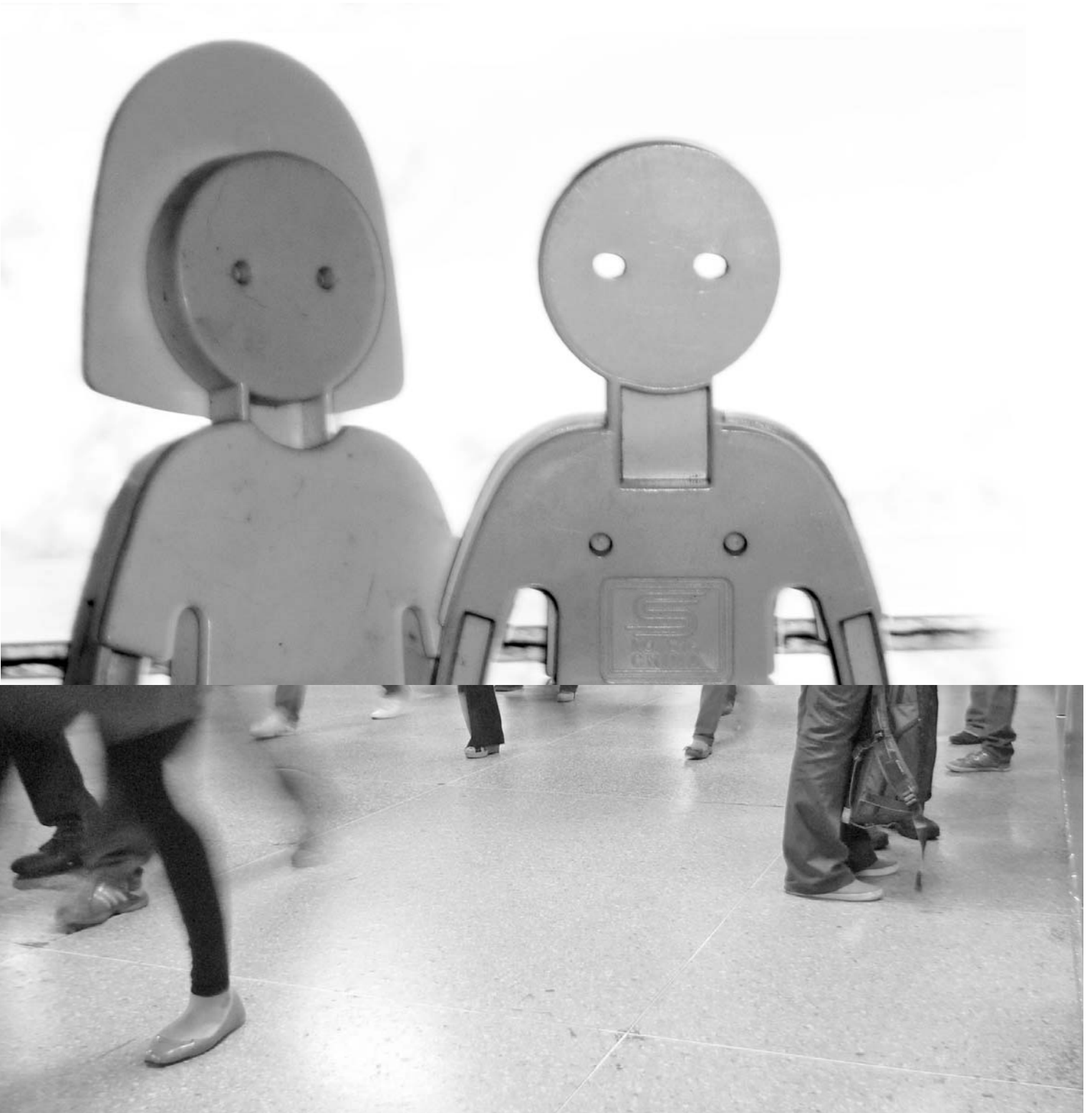
Tomando como punto de partida una definición tan sencilla, vemos que la introducción de lo digital crea una nueva categoría de juego distinta a la que propone Caillois en su libro. En los juegos existen reglas que los jugadores asumen como absolutas y son necesarias para participar en la actividad. El encuentro es ahora en el mundo de lo virtual, y las condiciones no son las mismas; desde las limitaciones tecnológicas hasta la posibilidad de competir contra un oponente virtual y no otro ser humano.

El diseñador de juegos Eric Zimmerman, en su segmento del libro *First person: new media as story, performance and game*, define narrativa, interactividad y juego tratando de no darles precisión científica, sino de adaptarlos y darles utilidad (p.156). Él considera que recontextualizar estos conceptos puede ayudar a entender mejor el medio y así crear mejores juegos.

Juegos

Según Caillois y Huizinga, una actividad es juego si posee las siguientes características: voluntario, interactivo, ocurre en un espacio artificial siguiendo reglas de comportamiento específicas y hay un conflicto con un resultado cuantificable (p.28).

Hoy en día existen videojuegos *avant-garde* sin conflicto, videojuegos completamente narrativos, nuevas tendencias que



GALERÍA DE PAPEL. Gladys Calzadilla. Caracas, 2013

buscan crear el balance perfecto entre educación y videojuegos, y otros estilos que pueden no incluir todos estos elementos. Aunque los desarrolladores se alejen de las nociones básicas de juego, es indudable que los videojuegos son juegos.

Narrativa

Si los medios de comunicación son representaciones, el videojuego es simulación. El cine, la televisión y la prensa muestran descripciones y secuencias de eventos. Puede o no haber cronología, especialmente en el cine donde el uso de edición no lineal y los cortes alteran la percepción del paso del tiempo, pero se mantiene una narrativa. En los videojuegos, el jugador puede manipular el orden de los eventos, y sus acciones modifican el comportamiento de los demás elementos dentro del juego. No todos los videojuegos están basados en una historia, pero sí incluyen elementos narrativos que dan orden a la simulación.

El jugador tiene que aceptar todos los elementos del juego y posibles *deus ex machina* para que tenga sentido la narrativa. Si el jugador no acepta, no puede continuar la historia.

Interactividad

“La interactividad es una de esas palabras que puede significar todo o nada al mismo tiempo” y la forma más sencilla de explicar interactivo es recíprocamente activo; el flujo de información entre un usuario y un sistema (p.158). Zimmerman explica que basados en estos conceptos de interactividad y narrativa, una actividad como leer un libro puede ser interactiva. Pasar las páginas, involucrarse emocionalmente y decodificar los signos de texto son una forma de interacción. Su solución es dividir los tipos de interactividad y tomar solo los que estén relacionados a las interacciones entre usuario y máquina.

Un ejemplo que ha cambiado por completo la forma en la que se diseñan videojuegos y ha creado formas de interactuar entre jugadores y juego es la *ludonarrativa*; las acciones de los jugadores tienen consecuencias directas en la narrativa que pueden cambiar desde la interacción con otros personajes hasta el final de la historia. Juegos como *Fable*, *Bioshock*, *Star wars: knights of the old republic* y *Mass effect* tienen un sistema de decisiones en las que el jugador encuentra dilemas mo-



Un ejemplo que ha cambiado por completo la forma en la que se diseñan videojuegos y ha creado formas de interactuar entre jugadores y juego es la ludonarrativa; las acciones de los jugadores tienen consecuencias directas en la narrativa que pueden cambiar desde la interacción con otros personajes hasta el final de la historia

rales y cada decisión abre uno de los múltiples caminos que se pueden tomar.

Los conceptos de juego como el de Caillois se están volviendo obsoletos con la llegada de lo virtual, y las ideas sobre videojuegos como las de Zimmerman están dejando de lado el pragmatismo y se enfocan en el videojuego como simulacro. Es necesaria una revisión de qué es un videojuego para la sociedad contemporánea, tomando en cuenta tres factores importantes: el tamaño de la industria de videojuegos, su popularidad, y la importancia de las interacciones entre humanos y computadoras.

¿Quiénes juegan?

El impacto económico de los videojuegos comienza a superar al de otras industrias de entretenimiento tradicionales. En noviembre de 2011, la franquicia de juegos de guerra *Call of duty* hizo el lanzamiento de su último juego *Call of duty: modern warfare 3*. En un día superó en ventas a todas las producciones de cualquier industria del entretenimiento y en menos de dos semanas rompió el récord de ventas de la película *Avatar*. *Modern warfare 3* fue el producto de la industria del entretenimiento más popular de la historia, solo superado un año después por su sucesor, *Call of duty: black ops 2*.

Uno de los grandes mitos que rodean a los videojuegos es la demografía de los jugadores. La Entertainment Software Association o Asociación de Software de Entre-

tenimiento en Estados Unidos, realiza reportes anuales sobre ventas, población y nuevas tendencias de la industria de videojuegos. En el año 2012, la edad promedio de los jugadores es treinta años y casi 40% son mayores de treinta y seis. (p.2)

Lo sorprendente de este estudio, es que los jugadores entre dieciocho y treinta y cinco años se llevan el pedazo más pequeño de la torta. Los jugadores han crecido con la industria y los jóvenes que hace veinte años llegaban del colegio a jugar *Super Mario Bros*, *Doom* o *Monkey island*, hoy llegan del trabajo a jugar *New super Mario Bros 2* y *Call of duty*.

Otro mito importante es el género de los jugadores. El estudio muestra que 47% de los jugadores, en todas las distintas plataformas, son mujeres (p.3). La introducción de nuevas consolas como el Wii y la popularidad de los videojuegos para dispositivos móviles, como celulares y tabletas, ha sido un factor fundamental en el aumento de la cantidad de jugadoras. En 2004, el porcentaje de jugadoras, distribuido entre PC y consolas, era alrededor de 30%.

La industria de los videojuegos vale hoy 25 millardos de dólares, y el ESA espera que en dos años se duplique el valor. Los avances tecnológicos han evolucionado con la edad y el género del jugador promedio. Las plataformas actuales nacen con fecha de vencimiento y los jugadores esperan mayor calidad tanto en diseño como en tecnología. Computadoras y consolas eran hasta hace pocos años las plataformas de juego predominantes; la llegada de los teléfonos inteligentes y consolas portátiles cambió el mercado de videojuegos radicalmente, pero el mercado es dinámico, sigue cambiando cada minuto, y los desarrolladores todavía no están seguros de qué dirección tomar.

Lo virtual como nuevo espacio de vida

La popularidad de los videojuegos no debería sorprender; a la realidad no es posible inyectarle capas de contenido como al mundo virtual. En la actualidad, los ambientes virtuales son tratados como entidades vivas que obtienen sentido a través de la contextualización. Los videojuegos son un producto cultural recursivo, digital y transmediático que proporciona una nueva forma de relacionarnos con lo virtual.

David Calvo es un diseñador de juegos que afirma que los mundos virtuales son agregados de pensamientos y psiques,

emociones y sentimientos, por ende, son una parte del cuerpo y alma humanas. Las relaciones que se crean en el mundo virtual tienen repercusiones en el mundo físico y la virtualidad se está volviendo un punto medio entre los pensamientos y lo real. Cada videojuego, sea multijugador, en línea, individual o de Facebook, es un microcosmos formado por el juego y sus componentes: jugadores, personajes, ambientes, objetivos; todo lo que pueda contribuir a la construcción del mito y estructuración de ese universo.

Impacto y nuevas plataformas

En 2006, la llegada del Nintendo Wii cambió la forma en la que los jugadores de consolas perciben las interacciones con el videojuego y periféricos. El Wii funciona con mandos inalámbricos y tiene un sensor que permite detectar movimientos en un plano tridimensional. Después de esta innovación, otras consolas de séptima generación como el Xbox 360 de Microsoft y el PlayStation 3 de Sony, agregaron sus propios sensores de captura de movimiento: Kinect y PlayStation Move respectivamente. Nintendo lanzó a finales del año pasado su nueva consola, el Wii U; se espera que Microsoft y Sony anuncien sus nuevas consolas este año también. A pesar de que los dispositivos queden obsoletos, la tecnología de sensores para captura de movimiento es ahora una de las características más importantes y estará incluida en la nueva generación de consolas.

John Carmack, el creador de Doom y uno de los programadores con mayor influencia en la industria, presentó en 2012 unos lentes de realidad virtual que buscan revolucionar los videojuegos. Los lentes tendrán un campo de visión muy alto para que los jugadores se sumerjan completamente en el juego. Para este proyecto llamado Oculus rift, los desarrolladores utilizaron la plataforma de crowdsourcing Kickstarter con la finalidad de recaudar 250 mil dólares en un mes. En menos de dos días recaudaron más de dos millones de dólares.

Es interesante que en la actualidad la plataforma de videojuegos de más rápido crecimiento no tiene gráficos de última generación y cabe perfectamente en el bolsillo. Los dispositivos móviles le dan al usuario la capacidad de decidir dónde y cuándo jugar, casi sin restricciones de ubicación. Las aplicaciones para móviles fueron valoradas en 2010 en aproximadamente 33 millones



El futuro depara nuevas plataformas y cambios en el comportamiento de los usuarios dentro del mundo virtual. El Oculus rift podría ser una solución a la necesidad de los jugadores de sumergirse completamente dentro del juego.

de dólares, y esperan que en 2015 alcance los 54 millones. Estos números y la entrada de Microsoft al mercado de tabletas con el Surface, son garantía de que este mercado va a crecer en el año 2013. Jugadores y no jugadores se sienten atraídos a las pantallas *touch* y a la posibilidad de estar siempre conectados; pero la portabilidad es un arma de doble filo, pues los celulares y tabletas tienen que renunciar a mejor tecnología para favorecer al tamaño. Compañías como Samsung, Apple y HTC están constantemente compitiendo por crear el producto más delgado o liviano, pero con mayor capacidad.

Este año Google introdujo un prototipo de Project glass, unos lentes de realidad aumentada que permiten al usuario tomar fotografías, grabar video, entrar a la web o conseguir direcciones en un GPS, todo en tiempo real. Cualquier tecnología que busque imitar o encapsular la realidad, va a mejorar nuestras interacciones en lo virtual, y tendrá utilidad en la industria de los videojuegos.

Actualidad de co-existencia, futuro de convergencia

Las plataformas de videojuegos comparan muchas similitudes, pero la más importante es la capacidad de estar conectados. Al igual que en las redes sociales, la conectividad está asociada a nichos o grupos de personas interesadas en temas específicos. Inevitablemente, la conectividad lleva a la co-autoría y todavía es delicado hablar sobre co-creación y su impacto en el espacio digital. Consolas, computadoras y dispositivos móviles permiten compartir contenido; sería interesante que las nuevas plataformas permitan también la creación en tiempo real.

Cuando se trata del futuro de los videojuegos, todo el mundo tiene una opinión o teoría distinta. Algunos afirman que las consolas van a morir, otros que desarrollar para computadoras es una pérdida de tiempo. Actualmente no es importante determinar cuál será el canal del futuro, mientras se mantenga la conectividad. Todas las plataformas co-existen, pero son incompatibles; un juego de Xbox no puede ser jugado en un PlayStation y viceversa.

El futuro depara nuevas plataformas y cambios en el comportamiento de los usuarios dentro del mundo virtual. El Oculus rift podría ser una solución a la necesidad de los jugadores de sumergirse completamente dentro del juego. Los dispositivos móviles y las consolas portátiles como el PlayStation Portable y el Nintendo DS permiten a los jugadores llevar sus juegos favoritos a todas partes. La industria ha sabido evolucionar con el mercado, y sería ideal un futuro en el que el jugador no solo pueda llevar su consola en el bolsillo y entrar en un cuarto de realidad virtual, sino que el mismo juego se pueda jugar en diferentes dispositivos y cada uno tenga contenido que se adapte a la plataforma. La conectividad abre paso a la convergencia de ideas, ¿qué traerá la convergencia de plataformas?

ANGELA DE CASTRO

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello. Especialista en medios audiovisuales.

Referencias

- CAILLOIS, R. (1967/1986): *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, S.A.
- ZIMMERMAN, E. (2004): "Narrative, interactivity, play and games." En: Wardrip-Fuini, N. y Hardigan, P. *First person: new media as story, performance and game*. MIT Press.

Fuentes electrónicas

- 2012 Sales, demographic and usage data. *Essential facts about the video game industry* (2012). Recuperado el 14 de Febrero de 2013 en: http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2012.pdf
- CALVO, D. (2011): *Beyond transmedia*. [Archivo de Video]. Recuperado el 17 de Febrero de 2013 en: <http://videos.liftconference.com/video/1176210/da-vid-calvo-beyond-transmedia>
- Oculus rift: step into the game* (2012). Recuperado el 15 de Febrero de 2013 en: <http://www.kickstarter.com/projects/1523379957/oculus-rift-step-into-the-game>
- Glass*. (s.f). Recuperado el 15 de Febrero de 2013 en: <http://www.google.com/glass/>